融媒体下传统媒体如何向新媒体过渡

摘　要：随着我国经济建设的逐步推进，人们的生活水平得到一定程度的提高，对新闻媒体传播行业提出了更高的要求。在互联网快速发展的背景下。如何在这样的发展背景下促进传统媒体的变革，逐渐向新媒体形式进行过渡，满足人们的需求，就成为媒体传播行业的重要研究课题。本文将以此为文章阐述的主要内容，对其有效过渡进行分析，以供参考。

关键词：融媒体；传统媒体；新媒体；过渡；研究分析

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）12-034-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.005

文 / 郭立

前言

随着融媒体时代的到来，我国媒体行业出现一定的改变，逐渐从传统媒体向新型媒体进行转变。在这一转型过程中，相关工作者需要根据两者的特点，结合融媒体时代背景，从媒体战术、媒介整合和媒体组织结构等多个方面和层次进行深入研究探索，有效地促进传统媒体向新媒体过渡，实现媒体行业的高效发展。

1. 新媒体发展背景

1.1 新媒体是传媒行业发展的必然趋势

在国家经济建设不断推进的社会背景下，各种新型的信息技术得以充分发展，与此同时，人们的生活水平不断提高，对文化发展提出了更高的要求，这令传媒媒体开始面临着重大的发展难题。媒体要想提高观众的满意程度，需要跟进时代的发展步伐，主动参与到新媒体行业中，并积极发展电视融媒体，这也是推动广电传媒长期发展的重要方式。从近年来新媒体行业的发展和实践结果来看，我国大部分电视媒体已经认识到电视媒体的重要性，并积极进行相应变革，提高了自身的利润、收益。新时代的电视融媒体以电视媒体为基本主导，大力应用了现代互联网技术，促进不同媒体形态融合成新型媒体样式。新媒体与传统媒体的融合，将内容销售和高效率的传播渠道整合在了一起，将传统媒体与新媒体的优势充分发挥出来，在增强电视传媒信竞争力的同时提高了传媒企业的经济效益。也就是说，在现代媒体行业发展的过程中，传统媒体已经开始逐渐向新媒体和融媒体时代进行进发。

1.2 传统传媒的工作性质开始发生变化

无论是电视传媒还是广播传媒，其基本工作性质是传递社会信息，但是新媒体时代的带来转变了传统媒体的工作性质，为此，传统媒体在新媒体持续发展的时代下，也需要做出相应的改善，以此来顺应新形势。需要注意的是，媒体的融合发展与实践需要结合时代的发展形势，这也在一定程度上提高了媒体人的焦虑感。近年来，大部分传统媒体都相继开设了隶属于本企业的新媒体部门，其中也有一些较大的门户网站，在新节目和新内容上进行了积极的探索，也得到了不错的反响。与此同时，很多传统专业的学生在信息时代的影响下，纷纷走入了网络媒体、新媒体、融媒体行业中，这也在一定方面体现了媒体人的精神，无论是在什么时间、什么时代下，媒体人在面度新技术革新的情况下需要能够保持积极乐观的心态，以此来推动行业的进步和发展，使得媒体行业面对新挑战的时候可以化挑战为机遇，为国家文化建设作出积极贡献。

2. 融媒体背景下传统媒体和新媒体过渡分析

在媒介融合背景下，新媒体给传统媒体带来了较大挑战，传统媒体要想在激烈的竞争中占有一定的优势，必须借鉴新媒体优势，实现媒体融合，从而促进我国传媒行业长远发展。媒体的核心竞争力主要是内容，然后是先进的融合和技术，内容与形式密不可分，如果一个电视节目只有新颖的形式，缺少深刻的内容，不能给受众思想上的启迪，也很难吸引受众的注意力。好的节目内容离不开好的创作团队，这就需要传媒人改变传统的观念，建设互联网思维，提升专业技能，向全媒体记者转型，只有拥有融媒体意识的媒体人才能在这个媒介发展迅速的时代紧跟社会发展步伐，创作出优秀的节目。融媒体在传播过程中，传播效果和形式也发生了一定程度上的变化，传统的传播方式过于单一，内容缺少创新，很难吸引受众对电视节目的观看度。但新媒体在传播过程中“去中心化”特点深受人们的喜爱，这不但打破了传统的传播方式，还能避免受众审美疲劳。新媒体的出现是传播转型的良好机遇，让人们对新媒体有了新的看法，在此背景下，相关人员应该充分利用新媒体优势，从而建立互利共赢的局面。

3. 传统媒体与新媒体的区别

3.1 在信息传播方面

就传统媒介的新闻传播来说，它在发布之前都会受到一些较为专业的人员或是相关机构等对其进行整理、筛选和改编。这一过程的实施，会或多或少地将人员的主观思想和观点参入其中，不利于新闻信息的传播质量提高。而新媒体的新闻传播，则是以受众为直接筛选人，通过他们对时间进行拍摄或是编写等，将其进行记录和发布，然后促进相关用户对其进行自主的筛选和提取。而且传统媒体和新媒体在传播

途径上也存在一定的改变，逐渐由传统的单一线性到如今的网状扩散。就传统的传播方式而言，其主要是由传播者通过相关的媒介，将较为单一的信息进行传播。而如今的自媒体传播则是将这样单一的模式变为网状的传播模式。

3.2 工作顺序方面

传统的媒体，在进行新闻传播的过程中，对信息进行筛选和排序主要是应用议程设置进行操作，促进轰动效果的产生，这样的新闻具有一定的引导性和目的性 [1]。而新媒体的新闻传播，则是促进用户在网络上自行对信息进行筛选，促进评论、分享和转发过程的实现，有效实现了聚合过程，具有较大的舆论影响力。

4. 过渡措施

4.1 信息传播方面

在信息传播方面，要想实现传统媒体和新媒体的完美过渡，则需要将二者进行结合，进行二次的新闻传播。在具体的操作过程中，首先需要进行第一次传播，使用新媒体传播方式进行操作，从实际的发布过程到过滤实现，促进舆论的形成过程。例如：在针对日本的核泄漏问题进行传播的过程中，因为网络上传出将缺少食用盐的消息，使其产生一定的舆论效果，造成大批抢盐活动的出现，这也在一定程度上推动关系前言信息的出现，并充斥在整个网络传播空间上，促进自媒体舆论效果的产生。而第二次传播，则是将传统新闻媒体进行跟进的过程，从而促进新闻具有目的性引导过程的实现。

4.2 传播媒介方面

在传播媒介方面主要分为两个过程，一方面是传统的传播媒介能够对新媒体传播信息进行修正，在进行信息传播的过程中，一旦出现传统传播媒体对新媒体发出的信息具有一定质疑时，就需要对其进行回应。可以通过报纸、电视和广播等媒介形式传播，促进具有可信度和权威性的信息得以发布，并实现对不良信息的打击效果 [2]。另一方面，新媒体自身具有一定的修复机制，在针对一些网络谣言进行处理的过程中，可能会出现难以分辨信息真假的情况出现，在面对这些用户进行事实辨别的情况下，言论形式的存在总会促进事情真相的明了，也就是说，在向新媒体过渡的过程中，传统媒体在其中起到了重要作用，而行业人士应该将其特定进行延续，保证媒体行业的健康发展。

4.3 舆论工作方面

要想促进传统媒体向新媒体过渡，需要加强把关建设。第一，随着新媒体的出现，传统媒体把关人作用被观点市场所弱化。就新媒体而言，它的自由和民主使用户的言论权得以发挥，这就促进一个言语自由、意见自由等平台的构建。这就与传统的媒介相同，它在进行意见发表的过程中，不需要相关机构和专业人员对其进行筛选和处理，导致其缺乏一定的管理，因此，要想促进传统媒体向新媒体进行过渡，就需要加强相应的信息把关，对传播信息进行筛选，在给予人们言论自由的同时要保证新闻信息市场的稳定性。第二，是把关人到意见领袖方面工作需要加强 [3]。将新媒体与传统媒介相比较，促进了把关人作用效能的弱化。但是，在实际的应用中，新媒体传播形式促进了新引导用户思想的人物出现，也就是意见领袖，他们主要是在娱乐界、学术界的一些较为出色的人物，能够针对一些舆论起到一定的领袖作用，对其他用户的思想和意见起到带动作用，在一定程度上起到引导舆论的作用，因此，行业应该加强对这些意见领袖的管理，拒绝消极信息的出现，改变传统新闻行业的工作模式，结合时代的发展特点，加强对媒介传播影响人物和途径的管理，从而促进媒体行业的进一步推进，实现过渡。

4.4 人才培养方面

任何一个行业的兴起和发展，都需要高素质人才的支持。在媒体行业向新媒体时代进行过渡的过程中，需要加大人才培养力度，并不断提高其专业水平是非常有必要的。融媒体时代背景下，媒体行业的媒体人不仅要将传统媒体人所具有的基本素质进行延续，还需要结合信息时代的发展特点熟练掌握相关信息技术，了解并熟知新一代的词汇和语句，积极参与到年轻人的队伍，不断学习新媒体环境中的创新思维，从而提高自身的综合素质，保证能够在融媒体时代的背景下，充分发挥传统媒体的优势，吸取新媒体的成功经验，促进新型媒体的不断发展，尽早完成过渡，为行业的建设发展作出积极贡献。在实际的实施过程中，相关机构要制定专业的媒体人课程培训，结合新媒体的发展特点，将课程分类，以此来提高人才培养效率和质量，加强其对新媒体的思想认知，同时促进其信息技术应用能力的提高。媒体人信息专业技能的提高有利于促进传统媒体向新媒体时代进行过渡，保证各项工作的顺利开展，并提高观众满意度，提高媒体融合工作的整合程度。

结语

在针对融媒体背景下，传统新闻向媒体进行有效过渡问题进行探究的过程中，首先应该根据时代的发展特征，将工作与融媒体发展现情况进行结合，从其特点、表现形式和概念含义等方面进行入手，从而根据这些特性，与传统媒体相结合，促进新媒体行业的发展，将融媒体发展环境下存在的不足问题，促进媒体传播行业的优化发展，为国家的经济建设和文明建设作出积极贡献。媒

参考文献

[1] 吴泽华 . 关于融媒体下传统媒体和新媒体该如何过渡的综述 [J]. 中国市场，2016（14）：85-85.

[2] 党瑾雯 . 融媒介技术背景下传统媒体的困境与出路 [J]. 价值工程，2017（22）：219-220.

[3] 张慧 . 移动互联网时代的“央视新闻”三大新媒体平台建构与发展研究 [D]. 华中科技大学，2015.

（作者单位：大庆油田文化集团）